

## ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจ

### 1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท คราวน์ เทค แอดวานซ์ จำกัด(มหาชน) (“บริษัท”) ดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ภายใต้ตราสินค้า “AJ” ตั้งแต่ปี 2544 มาจนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 15 ปี โดยผู้บริหารบริษัทต้องการพัฒนาตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภคในฐานะผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าของคนไทยที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม สามารถแข่งขันได้ ทัดเทียมกับผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าจากต่างประเทศ บริษัทจัดจำหน่ายสินค้าผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่( Modern trade ) เป็นหลัก สินค้าของบริษัทประกอบด้วยสินค้า 2 กลุ่มหลักคือ

1) เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง (Audio Visual: AV) อาทิ เครื่องเล่นดีวีดีและเครื่องเล่นดีวีดี บลูเรย์ ชุดโฮมเธียเตอร์ วิทยุ และเครื่องเล่นคาราโอเกะ เป็นต้น

2) เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภท เครื่องใช้ในครัวเรือน (Home Appliance: AP) อาทิ แอร์เคลื่อนที่ ตู้เย็น เครื่องซักผ้า กระติกน้ำร้อน และเตาไฟฟ้า เป็นต้น

นอกจากธุรกิจหลักดังกล่าวข้างต้นแล้ว บริษัทยังได้ขยายไปยังธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจยุคดิจิทัลซึ่งมีแนวโน้มที่สดใส เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการทำกำไรของกิจการ โดยในไตรมาส 4 ปี 2558 ที่ผ่านมามีบริษัทได้ร่วมลงทุนในสัดส่วนร้อยละ 60.08 ของทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาทของบริษัท เวนดี้ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นธุรกิจตู้เติมเงินระบบออนไลน์ ปัจจุบัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีพนักงานรวมทั้งพนักงานขายอิสระประมาณ 1,000 คน มีตู้เติมเงินให้บริการมากกว่า 40,000 ตู้ โดยในปี 2559 บริษัทย่อยแห่งนี้สามารถทำกำไรได้ดี และยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลดีต่อผลประกอบการของบริษัทในช่วงปี 2559 ของกลุ่มบริษัท

สำหรับนโยบายในระยะยาวแล้วบริษัทมีนโยบายที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่องในธุรกิจใหม่ ๆ หรือธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตตามการเติบโตของธุรกิจดิจิทัล เช่น ธุรกิจออนไลน์อื่น ๆ โดยอาศัยนวัตกรรมทั้งจากต่างประเทศหรือจากการพัฒนาขึ้นมาด้วยตนเองให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจไทยและมีส่วนช่วยพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งยังมีโอกาสขยายตัวสูง และเป็นผู้นำด้านธุรกิจที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศเข้าสู่ยุคดิจิทัล 4.0

### วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

**วิสัยทัศน์** “ AJ สร้างสุข สร้างเศรษฐกิจ ทุกทิศทั่วไทย ”

**พันธกิจ** 1. เราจะเป็นผู้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าประเภท ภาพและเสียง ( Audio Visual ) และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน (Home Appliance) ที่มีทั้งนวัตกรรม ความหลากหลาย และมีคุณภาพเพื่อความสุขของผู้ใช้ อีกทั้งต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อเศรษฐกิจของทุกครัวเรือน

2. เราจะเป็นผู้นำช่องทางการชำระเงินที่รวดเร็ว ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งาน พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ผ่านการ สร้างนวัตกรรมทางการเงินเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย

บริษัทอีดีวีสัยทัศน์ และพันธกิจดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นผู้ประกอบการคนไทยที่เป็นผู้นำในธุรกิจนี้ ซึ่งปัจจุบันบริษัทเป็นรองเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ เท่านั้น สำหรับในปี 2560 นี้ บริษัทมีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจใน 4 ส่วนหลัก ๆ คือ

1. บริษัทมีเป้าหมายในการเติบโตของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเป็นธุรกิจหลักในปัจจุบัน โดยตั้งเป้าหมายยอดขายในปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายในปีที่ผ่านมา
2. สร้างการเติบโต และสนับสนุนการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อยคือ บริษัท เวนดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจตู้เติมเงินอัตโนมัติ ให้มีขนาดของสินทรัพย์ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 ของสินทรัพย์รวมทั้งกลุ่ม เพื่อกระจายความเสี่ยงในแง่ธุรกิจ
3. ขยายการลงทุนไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล โดยมุ่งเน้นที่จะสร้างโอกาสในการเติบโตให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านเว็บไซต์ และการเป็นตัวแทนจัดหาสมาชิกของเว็บไซต์อาลีบาบา
4. ขยายการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ตู้เติมเงิน เช่น ตู้ขายน้ำอัตโนมัติ ตู้ขายน้ำลิตร เป็นต้น เพื่อเป็นการขยายการรับรู้ภาพลักษณ์ของธุรกิจ และตราสินค้าของบริษัทเพื่อเป็นการมุ่งเน้นการกระจายรายได้ และแหล่งที่มาของรายได้ให้มีความมั่นคง ไม่พึ่งพาธุรกิจหลักแต่เพียงอย่างเดียว

ในส่วนของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนั้น บริษัทจะกำหนดให้เหมาะสมกับการวางตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ใช้สินค้าระดับกลางลงมา โดยมีกลยุทธ์หลักดังนี้คือ

1. กลยุทธ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ยังคงเน้นความต่อเนื่องของกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ตั้งแต่ปีก่อนหน้านี้คือ
  - 1.1 การสร้างคุณค่าในตราสินค้า ( Brand Equity ) และการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness)
  - 1.2 การคัดเลือกและสรรหาสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด ตลอดจนมีการให้บริการหลังการขายและรับประกันคุณภาพ
  - 1.3 การกำหนดราคาที่เหมาะสม
  - 1.4 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายและพนักงานขาย
2. กลยุทธ์สำหรับบริษัท เวนดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งจำหน่ายและให้บริการตู้เติมเงิน “เติมสบาย AJ” คือ
  - 2.1 ขยายรูปแบบการบริการให้หลากหลายอย่างต่อเนื่อง

- 2.2 ขยายขอบเขตบริการให้ครอบคลุมทั่วทั้งย่านธุรกิจและชุมชนย่อย ๆ ที่มีความต้องการใช้บริการและ  
คุ้มค่าในเชิงการลงทุน
- 2.3 สร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายเครือข่าย
3. กลยุทธ์สำหรับการขยายตัวสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล คือ
  - 3.1 สร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องหรือใช้ประโยชน์จากธุรกิจในปัจจุบัน
  - 3.2 เป็นพันธมิตรร่วมลงทุนกับกิจการที่มีความชำนาญทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ
4. กลยุทธ์ในการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขยายธุรกิจผู้เติมเงิน ได้แก่ ธุรกิจตู้ขายน้ำอัตโนมัติ และธุรกิจตู้  
ขายน้ำลิตร
  - 4.1 สร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์ เต็มสบาย AJ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ และใช้งานทั้งในส่วนธุรกิจใหม่ และผู้  
เติมเงินอัตโนมัติ
  - 4.2 หาพันธมิตรที่แข็งแกร่งที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ เช่น กลุ่มธุรกิจโรงงาน  
อุตสาหกรรม เพื่อสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม คุ้มค่าแก่การลงทุน

บริษัทเชื่อมั่นว่าแนวคิดที่บริษัทกำหนดไว้ และการผลักดันการดำเนินการตามกลยุทธ์ที่กำหนดข้างต้นจะสามารถ  
สร้างยอดขาย และผลการประกอบการที่ดีให้บริษัทในปี 2560 นี้และในอนาคตสืบไป

## 2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

### 1. ธุรกิจหลักของบริษัทในปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 ธุรกิจจัดหาและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทเครื่องเสียงและเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ซึ่งครอบคลุมไปถึง SET TOP BOX ตามโครงการเปลี่ยนถ่ายระบบแพร่ภาพทางเครื่องรับโทรทัศน์จากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิทัล โดยมีรายละเอียดของลักษณะผลิตภัณฑ์และสภาพการตลาด การแข่งขันดังนี้คือ

1.1.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ บริษัทดำเนินธุรกิจจัดหาและจัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้ตราสินค้า “AJ” ซึ่งประกอบด้วยสินค้าที่หลากหลาย มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย คุณภาพที่เชื่อถือได้ ภายใต้ราคาที่เหมาะสมสามารถเป็นเจ้าของได้ ทั้งนี้ สินค้าที่จัดจำหน่ายประกอบด้วยสินค้า 2 กลุ่มหลักคือ กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทภาพและเสียง (Audio and Visual Product : AV) ได้แก่ เครื่องเล่นดีวีดี เครื่องเสียงและลำโพง และเครื่องเล่นคาราโอเกะ เป็นต้น โดยสินค้าในกลุ่มนี้มียอดขายประมาณร้อยละ 65-70 ของยอดขายรวมสำหรับสินค้าในกลุ่มที่สองคือ เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนเช่น กระติกน้ำร้อน หม้อหุงข้าว เต้าแม่เหล็กไฟฟ้า เครื่องซักผ้า และเครื่องปรับอากาศเคลื่อนที่ เป็นต้น สินค้าในกลุ่มนี้จะมียอดขายประมาณร้อยละ 30-35 ของยอดขายรวม

1.1.2 การตลาดและการแข่งขัน ปัจจุบันบริษัทยังอาศัยการขายผ่านธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade ) เช่น Tesco Lotus, Big C, และ Makro เป็นต้น แม้จะมีสัดส่วนลดลง แต่ก็ยังเป็นช่องทางการจำหน่ายหลัก ส่วนการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (Agent) ก็มีการเติบโตมากขึ้นเป็นลำดับตามนโยบายที่บริษัทตั้งไว้ แม้ว่าในปัจจุบันจะมีสินค้าภายใต้ตราชื่อใหม่เกิดขึ้นก็ตาม แต่บริษัทก็ยังรักษาตลาดไว้ได้เนื่องจากตราชื่อ “AJ” เป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างแพร่หลาย ดังนั้นการนำเสนอสินค้าใหม่ภายใต้ตราสินค้าเดิมคือ “AJ” ก็ยังเป็นนโยบายในระยะยาวของบริษัทอยู่

1.2 ธุรกิจผู้เติมเงิน บริษัทเข้าไปถือหุ้นในบริษัท เวนดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (“VDC”) ในอัตราร้อยละ 60.08 ในช่วงกลางเดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา ถึงแม้ธุรกิจผู้เติมเงินจะมีผู้ประกอบการหลายรายแต่เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยความพร้อมทั้งในด้านเงินทุนเทคโนโลยี และบุคลากร ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จจึงมีไม่มาก และยังมีโอกาสทางการตลาดสูง โดยธุรกิจนี้มีลักษณะผลิตภัณฑ์สภาพการตลาดและการแข่งขันเป็นดังนี้ คือ

1.2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ ธุรกิจผู้เติมเงินมีถือเป็นการให้บริการเติมเงินสำหรับมือถือในระบบ 1-2 Call ของ AIS, Happy ของ DTAC และ True Move ของ TRUE เป็นหลัก ที่เหลือเป็นการให้บริการชำระค่าสาธารณูปโภคเช่น ค่าไฟฟ้า หรือก๊าซประปา เป็นต้น โดย VDC จะได้รับค่าบริการต่อการชำระแต่ละรายการ และส่วนลดจากผู้ดำเนินการโทรศัพท์มือถือค่ายต่าง ๆ และแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งให้กับเจ้าของผู้เติมเงิน หรือร้านค้าที่ซื้อผู้เติมเงินจาก VDC ไปติดตั้ง ในการให้บริการดังกล่าว VDC จะต้องมีโปรแกรม

คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมระหว่างตู้เติมเงินแต่ละตู้กับแม่ข่ายที่ VDC และทำการรายการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในลักษณะที่ร้านค้าเจ้าของตู้จะซื้อ Airtime จาก VDC และ VDC จะเติมเครดิตเข้าไปในแต่ละตู้ เมื่อผู้เติมเงินรายย่อยมาเติมเงิน หรือชำระค่าสินค้าหรือบริการก็จะต้องหยอดเงินเข้ามาในตู้ ระบบก็จะหักเงินจากยอดเครดิตที่ร้านค้ามีอยู่ ซึ่งจะดำเนินการต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะหมดเครดิต ร้านค้าเจ้าของตู้ก็ต้องซื้อ Airtime ใหม่ โดย VDC จะได้รับผลตอบแทนจากการให้บริการระบบเติมเงิน และระบบตู้เติมเงิน จากการทำการรายการของผู้เติมเงินรายย่อย และรวมถึงส่วนแบ่งจากส่วนลดค่า Airtime ได้รับจากผู้ให้บริการ

1.2.2 สภาพการตลาดและการแข่งขัน ปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดนี้ 2 ราย ซึ่งคาดว่าจะมีตู้เติมเงินแต่ละรายประมาณ 50,000 – 90,000 ตู้ และมีผู้ประกอบการรายย่อยอีกหลายรายโดยมีตู้เติมเงินรายละต่ำกว่า 10,000 ตู้ ตู้เติมเงินที่มีอยู่ในปัจจุบันจะให้บริการที่คล้ายคลึงกันคือเติมเงินมือถือของทั้ง 3 ค่าย เป็นหลักคือ AIS DTAC และ TRUE นอกจากนี้ จะเป็นการขยายไปสู่บริการชำระค่าสาธารณูปโภค และการชำระค่าบริการเกมส์ ออนไลน์ เป็นต้น

ลักษณะการแข่งขันในปัจจุบันเป็นการเน้นไปที่การมีตู้เติมเงินกระจายไปอย่างกว้างขวางเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เติมเงินให้มากที่สุดโดยการติดตั้งตู้เติมเงินตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ ตลาด โรงเรียน เป็นต้น นอกจากนี้ตู้เติมเงินแต่ละยี่ห้อยังแข่งขันกันโดยให้บริการที่หลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อดึงลูกค้ามาใช้บริการให้มากที่สุด คาดว่าในอนาคตเมื่อมีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น การปรับลดค่าบริการจะถูกนำมาใช้เพื่อชิงส่วนถือครองตลาด ซึ่งก็จะเป็นประโยชน์กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น สำหรับบริษัทเองก็มีการพัฒนากลยุทธ์โดยใช้ตราชื่อ “AJ” ของบริษัทแม่ซึ่งเป็นที่ยอมรับและยอมรับอย่างแพร่หลาย มาใช้เพื่อให้การกระจายสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ โดยการเล็งเห็นถึงตลาดของผู้เติมเงินมือถือซึ่งมีโอกาสขยายตัวสูง และพัฒนาไปสู่บริการด้านอื่น ๆ เช่น การจ่ายค่าสินค้า ค่าบริการ และการโอนเงิน เป็นต้น ด้วยการใช้ศักยภาพของบริษัทใหญ่ทั้งในแง่เงินลงทุน การจัดการ ตราชื่อ บุคลากร ตลอดจนการจัดหาวัสดุอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จึงทำให้ VDC มีการเติบโตอย่างรวดเร็วเพียงช่วงระยะเวลาสั้นตั้งแต่ปีที่บริษัทเข้าลงทุน ในช่วงไตรมาส 4 ของปี 2558 จนถึงปัจจุบัน ในปี 2559 บริษัทย่อยแห่งนี้สามารถสร้างรายได้รวมถึง 1,458.40 ล้านบาท และมีผลการประกอบการที่ดีคือมีกำไรสุทธิ 394.77 ล้านบาท จากแนวโน้มที่สดใสดังกล่าว บริษัทจึงมีนโยบายที่จะขยายการลงทุน และให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ในอัตราที่สูงเพื่อรองรับการเติบโตดังกล่าว

## 2. ธุรกิจอื่น

ในปี 2559 บริษัทมีการลงทุนในบริษัทย่อย โดยยึดตามแนวนโยบายที่ตั้งไว้เดิมคือ การเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจยุคดิจิทัล ดังนั้น บริษัทจึงเน้นการลงทุนไปในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคเศรษฐกิจนี้ สำหรับการลงทุนในบริษัทย่อยของบริษัทประกอบด้วย บริษัท แอปป์ วิชั่นส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตละครโทรทัศน์เพื่อป้อนให้กับ สถานีโทรทัศน์ โดยความร่วมมือกับผู้ชำนาญการในอุตสาหกรรมนี้ รวมถึงการส่งออกละครไทยไปจำหน่ายยังต่างประเทศและการนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย ในปี 2558 บริษัททำได้ค่อนข้างดีสำหรับธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น แต่สำหรับปี 2559 ที่ผ่านมามีบริษัทมีธุรกรรมไม่มาก โดยมียอดรายได้ในปี 2559 รวม 0.72 ล้านบาท กำไรสุทธิ 0.29 ล้านบาท อย่างไรก็ตามทิศทางการดำเนินงานไม่สู้ดีนักซึ่งสืบเนื่องจากบริษัทไม่มีประสบการณ์ในธุรกิจนี้ ทำให้การดำเนินธุรกิจร่วมกันพบอุปสรรคในเรื่องวัฒนธรรมในการทำงาน อีกทั้งแนวโน้มของโทรทัศน์ดิจิทัลในบ้านเราไม่สดใสเท่าที่ควร ดังนั้น ในช่วงต้นปี 2559 บริษัทจึงได้ถอนตัวจากธุรกิจนี้

## 3. การลงทุนในธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องในปี 2560

### 3.1. บริษัท เอเจ เวนดิง จำกัด (“AJV”)

เป็นกิจการที่คณะกรรมการบริษัทมีมติให้จัดตั้งเพื่อประกอบธุรกิจให้บริการผู้ขายน้ำอัดโนมิตี และผู้ขายน้ำलिตร ซึ่งได้เริ่มดำเนินธุรกิจตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2560 ที่ผ่านมา โดยบริษัทถือหุ้นใน AJV ในสัดส่วนร้อยละ 55 ร่วมกับทีมผู้บริหาร และพันธมิตรทางธุรกิจที่จะช่วยดำเนินธุรกิจใหม่

### 3.2. บริษัท เอเจ ม้านี่ จำกัด (“AJM”)

เป็นกิจการที่คณะกรรมการบริษัทมีมติให้จัดตั้ง โดยให้บริษัท VDC เป็นผู้ถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 51 โดย ณ ปัจจุบัน อยู่ระหว่างการจัดตั้งบริษัท ซึ่งจะดำเนินธุรกิจการให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบรับกับนโยบายการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่มุ่งเน้นในด้านการประกอบธุรกิจดิจิทัล

### 3. ปัจจัยความเสี่ยง

การพิจารณาปัจจัยความเสี่ยงของบริษัท คราวน์ เทค แอดวานซ์ จำกัด(มหาชน) จะแยกพิจารณาเป็น 2 ส่วนหลัก ตามลักษณะการทำธุรกิจคือ ความเสี่ยงของบริษัทใหญ่ และความเสี่ยงของบริษัทย่อย ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันมีความแตกต่างกันพอสมควร เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พอจะสรุปได้ดังนี้คือ

#### 1. ความเสี่ยงของธุรกิจของบริษัทใหญ่

- 1.1 ความเสี่ยงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา จากสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมาส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อสินค้าของบริษัทโดยตรง เนื่องจากสินค้าที่บริษัทจำหน่ายอยู่คือสินค้าประเภทเครื่องเสียงและเครื่องใช้ในครัวเรือน โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ครอบคลุมทุกกลุ่ม ตั้งแต่ กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยจนถึงกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง เมื่อเกิดสภาพกำลังซื้อตกต่ำลงก็จะกระทบกับยอดขายของบริษัททันที แต่อย่างไรก็ตามบริษัทก็พยายามพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดทั้งในด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และการลด แลก แจก แถมเพื่อกระตุ้นกำลังซื้อ ซึ่งได้ผลอยู่ในระดับหนึ่ง
- 1.2 ความเสี่ยงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สินค้ากลุ่มเครื่องเสียงนั้นเป็นกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นหลัก เช่น เครื่องเล่นดีวีดี เป็นต้น โดยที่สินค้าในกลุ่มนี้มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีค่อนข้างเร็ว ก็จะส่งผลให้เกิดความล้าสมัยของสินค้า ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องพัฒนาสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอในขณะเดียวกันก็ต้องจับตาถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งบริษัทพบว่า การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดังกล่าว ตลาดในกรุงเทพฯ และหัวเมืองหลัก กับตลาดต่างจังหวัดมีการตอบสนองที่แตกต่างกัน จึงต้องนำเสนอสินค้าให้มีความแตกต่างกัน
- 1.3 ความเสี่ยงเนื่องจากความล่าช้าของการเปลี่ยนถ่ายระบบแพร่ภาพทางโทรทัศน์จากระบบเดิมไปสู่ระบบอนาล็อก ประเทศไทยของเราเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่มีความล่าช้าของการเปลี่ยนถ่ายระบบแพร่ภาพเมื่อเปรียบเทียบกับหลายๆประเทศทั้งในยุโรปและในเอเชียที่ผ่านการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว คุปองทีวีทาง กสทช. แจกจ่ายให้กับประชาชนถูกนำมาใช้ทั้งการนำไปแลก SET TOP BOX หรือเป็นส่วนลดในการซื้อโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล มีสถิติต่ำกว่าในต่างประเทศค่อนข้างมากภายใต้ระยะเวลาที่เท่ากัน ซึ่งส่งผลให้หลายกิจการที่ดำเนินธุรกิจเฉพาะ การจำหน่าย SET TOP BOX ต้องปิดกิจการลง ในขณะที่บริษัทมีหลากหลายสินค้าและรายได้เปรียบช่องทางทางการจัดจำหน่ายยังสามารถทำธุรกิจต่อไปได้ และคาดว่าจะได้รับอนิสต์จากการแจกสิทธิรับกล่อง SET TOP BOX ในช่วงต้นปี 2560 ของ กสทช. เนื่องจากมีคู่แข่งน้อยลง
- 1.4 ความเสี่ยงจากความล่าช้าในการเบิกเงินตามระบบคุปองทีวีดิจิตอล การจำหน่าย SET TOP BOX ของบริษัทนั้นเป็นการรับแลกกับคุปองทีวี กสทช. แจกสู่ประชาชน เป็นหลัก และจะนำคุปองดังกล่าวไปขึ้น

เงินกับ กสทช. อีกทอดหนึ่ง ปี 2560 เป็นระบบตรวจสอบสิทธิ แทนคูปองแต่เนื่องจากระเบียบการตรวจสอบตามมาตรการของรัฐค่อนข้างเข้มงวด จึงทำให้การเบิกจ่ายมีความล่าช้าเป็นอันมาก ส่งผลให้บริษัทต้องสำรองเงินในการจัดซื้อเป็นระยะเวลาที่นานกว่าการขายสินค้าตามปกติ จึงใช้เงินทุนหมุนเวียนสูง ปัจจัยนี้จึงเป็นภาระและก่อให้เกิดความเสี่ยงกับกิจการ

- 1.5 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เช่นเดียวกับผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมาจำหน่ายในประเทศไทย รายอื่น ๆ ซึ่งจะมีความเสี่ยงที่สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ในส่วนของบริษัท กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้านั้นใช้การสั่งซื้อสินค้าเป็นเงินเหรียญดอลลาร์สหรัฐ เป็นหลัก และในระหว่างปี 2559 ที่ผ่านมานี้ ค่าเงินเหรียญดอลลาร์สหรัฐ แข็งค่าอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทมีต้นทุนสูงขึ้น
- 1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้บริหาร ปัจจุบันในส่วนของ การจัดซื้อต่างประเทศ และการจัดการด้านการตลาดยังเป็นภาระหน้าที่ของประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นหลัก โดยการสั่งซื้อสินค้าและการจัดหาสินค้าจากต่างประเทศเป็นการจัดซื้อจากประเทศจีนเป็นหลัก สืบเนื่องจากเป็นความสามารถเฉพาะตัว และประสบการณ์ที่ยาวนานจึงหาบุคลากรมาทดแทนค่อนข้างยาก แต่อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีการหาบุคลากรมาช่วยแบ่งเบาภาระผู้บริหารได้ ในระดับหนึ่ง ในส่วนของการตลาดและการขายนั้นบริษัท ได้ว่าจ้างมืออาชีพมาบริหารงานนานพอสมควรแล้ว ซึ่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารก็จะทยอยมอบหมายตามศักยภาพของมืออาชีพนั้น

## 2. ความเสี่ยงของบริษัทย่อย

การลงทุนในบริษัทย่อยของบริษัทนั้นจะยึดนโยบายร่วมลงทุนโดยบริษัทจะต้องเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ที่มีสัดส่วนการถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 50 เป็นหลัก เพื่อที่จะลดความเสี่ยงสำหรับความรู้ความชำนาญในธุรกิจนั้น ๆ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถที่จะกำหนดทิศทางการทำงานได้พอสมควร แต่ในทางกลับกันบริษัทก็จะมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกัน เนื่องจากแต่ละบริษัทที่ดำเนินธุรกิจมาละหนึ่งแล้วนั้นก็จะมีวิธีการทำงาน และวัฒนธรรมในการทำงาน ของตนเอง เมื่อมีผู้ถือหุ้นรายใหม่และผู้ถือหุ้นรายใหญ่ซึ่งเข้ามาร่วมบริหารงานด้วยนั้น ก็จะต้องหลอมรวมวัฒนธรรมในการทำงานให้เดินร่วมกันได้ แต่เนื่องจากเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นจึงมีข้อกำหนด และระเบียบวิธีปฏิบัติที่ค่อนข้างจะรัดกุมเพื่อจะเป็นไปตามระเบียบของการควบคุมภายใน อีกทั้งมีหน้าที่โดยตรงในการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะชน ดังนั้นบริษัทย่อยจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว และปรับวิธีการทำงานค่อนข้างมาก ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการทำงานร่วมกัน นอกจากนี้แล้วบริษัทย่อยยังมีความเสี่ยงที่มาจากทิศทางของธุรกิจนั้น ๆ ในอนาคตอีกด้วย สำหรับบริษัทย่อยทั้งสองกิจการมีความเสี่ยงที่พอจะสรุปได้ดังนี้คือ



## 2.1 ความเสี่ยงของบริษัท แอปป์ วิชั่นส์ จำกัด

2.1.1 ความเสี่ยงจากการตอบรับโทรศัพท์ระบบดิจิทัลสำหรับช่องสถานีใหม่ หลังจากการแพร่ภาพในระบบดิจิทัลในปี 2558 และ 2559 ที่ผ่านมามีการประมูลช่องสถานีใหม่ที่เพิ่มขึ้นกว่า 10 ช่องสถานี ปรากฏว่าได้รับการตอบสนองจากผู้รับชมโทรศัพท์บางช่องสถานีเท่านั้น ช่องสถานีที่ได้รับความนิยมสูงเช่น Work Point, Grammy , ไทยรัฐทีวี, Now26, Nation, Mono และช่อง 8 เป็นต้น บางช่องรายการมีตัวเลขผู้รับชมต่ำกว่าประมาณการมากจนกระทั่งบางช่องสถานีต้องขอคืนใบอนุญาต ลักษณะดังกล่าวทำให้การทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการซึ่งเป็นธุรกิจของบริษัทไม่เป็นไปตามประมาณการที่วางไว้

2.1.2 ความเสี่ยงจากความแตกต่างของวิถีและวัฒนธรรมการทำงาน จากพื้นฐานการทำธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องเสียงและเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนซึ่งเป็นธุรกิจซื้อขายไปของบริษัทใหญ่ ก็จะมีวิถีทางการค้าและวัฒนธรรมการทำงานเช่นเดียวกับธุรกิจแสงหอการ โดยทั่วไป ซึ่งจะต้องมีเป้าหมายและระเบียบการทำงานที่เป็นระบบ แต่ในธุรกิจสร้างละครหรือภาพยนตร์นั้นมีลักษณะเฉพาะตัวสูง แตกต่างจากธุรกิจดั้งเดิมของบริษัท ทำให้เกิดอุปสรรคสำหรับการสร้างผลการดำเนินงาน ตลอดจนการสื่อสารและประสานงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ค่อนข้างยาก

ปัจจัยความเสี่ยงดังกล่าวข้างต้นส่งผลให้การทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดร่วมกันค่อนข้างยาก จนต้องแยกกันทำธุรกิจระหว่างบริษัทกับผู้ร่วมทุนในระหว่างปี 2559 ที่ผ่านมามีบริษัทที่มีการเข้าไปลงทุนในอัตราร้อยละ 30 ในบริษัท เมืองไทย ดิจิตอล จำกัด ซึ่งทำธุรกิจด้านเกมส์ออนไลน์ โดยมีบริษัทจากประเทศจีนเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ก็มีความเสี่ยงจากการตอบรับจากผู้บริโภคเช่นกัน ซึ่งบริษัทอยู่ระหว่างทบทวนการลงทุนดังกล่าวอีกครั้ง

## 2.2 ความเสี่ยงของบริษัท เวนดิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด

บริษัทจำหน่ายตู้เติมเงินภายใต้ชื่อ “ เติมสบาย AJ ” โดยเป็นการขายแบบเช่าซื้อเป็นหลัก และเป็นผู้ให้บริการเติมเงินสำหรับโทรศัพท์มือถือของ AIS, DTAC และ TRUE ซึ่งภายใต้การทำธุรกิจดังกล่าวจะมีความเสี่ยงพอสมควรได้ดังนี้คือ

2.2.1 ความเสี่ยงจากการขายแบบผ่อนชำระ เพื่อผลักดันให้มีการกระจายตู้ไปในทุกภูมิภาคให้รวดเร็วที่สุด อีกทั้งสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ ดังนั้นจึงเป็นการขายแบบผ่อนชำระโดยร้านค้าที่ประสงค์จะติดตั้งตู้เติมเงินจะชำระค่าผ่อนตู้ในงวดแรกเป็นจำนวนเงินไม่มากนักก็สามารถเป็นเจ้าของตู้เติมเงินได้ การขายในลักษณะนี้ VDC จะต้องติดตามการผ่อนชำระค่างวดอย่าง

ใกล้ชิด จึงจะไม่เกิดหนี้เสีย แต่ภายใต้การดำเนินการของระบบปฏิบัติการของตู้เติมเงิน VDC สามารถปิดเครื่องได้ในกรณีที่มีการค้างชำระค้างวดยเกินกว่าที่ตกลงกับ VDC ไว้

- 2.2.2 ความเสี่ยงจากความจำกัดของเงินทุน ภายใต้ระบบการขายแบบผ่อนชำระ VDC จำเป็นจะต้องใช้เงินทุนในการซื้อตู้เติมเงินจากบริษัทแม่มาก่อน หลังจากนั้นจึงจะทยอยรับผ่อนชำระจากร้านค้า ดังนั้นยอดขายตู้เติมเงินที่เพิ่มมากขึ้นเท่าไร VDC ก็จะต้องมีเงินลงทุนในลูกหนี้ผ่อนชำระเป็นจำนวนเงินที่สูงขึ้นเท่านั้น จากสภาพธุรกิจเช่นนี้จะทำให้ความต้องการเงินทุนมีสูงขึ้นเป็นลำดับ ดังนั้น VDC จึงจำเป็นต้องวางแผนสำหรับการจัดหาแหล่งเงินทุน
- 2.2.3 ความเสี่ยงจากการแข่งขันธุรกิจ ธุรกิจตู้เติมเงินนี้มีผู้ประกอบการรายใหญ่อยู่แล้ว 2 ราย โดยแต่ละรายมีตู้เติมประมาณ 50,000 - 90,000 ตู้ และยังมีผู้ประกอบการรายย่อยหลายรายที่มีตู้เติมเงินต่ำกว่า 10,000 ตู้ ดังนั้นจึงจัดได้ว่าเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันสูง ในการลดความเสี่ยงดังกล่าวบริษัทมีนโยบายที่จะพัฒนาระบบการให้บริการที่มีคุณภาพทั้งในแง่ความเสถียรของโปรแกรมซอฟต์แวร์ และการให้บริการที่ครอบคลุมหลากหลายธุรกรรมเหนือคู่แข่งอื่น อีกทั้งกลยุทธ์ทางการตลาดที่เจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เช่น สถานที่ราชการ หรือในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
- 2.2.4 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เช่นเดียวกับการทำธุรกิจที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการให้บริการ ซึ่งการให้บริการในลักษณะนี้มีโอกาสที่จะเกิดธุรกรรมแบบใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นบริษัทจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดังกล่าว หรือจะต้องเป็นผู้แสวงหานวัตกรรมใหม่ ๆ มาเสนอต่อลูกค้าอยู่ตลอดเวลา
- 2.2.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภค แม้ว่าธุรกิจตู้เติมเงินจะเป็นธุรกิจการเติมเงินมือถือที่พัฒนาขึ้นในประเทศไทยเป็นแห่งแรก โดยเป็นการเติมเต็มสำหรับโทรศัพท์มือถือในระบบเติมเงินสำหรับผู้มีรายได้น้อยที่มีข้อจำกัดของเม็ดเงินที่ใช้เติมเงินและความสะดวกในเรื่องจุดเติมเงิน แต่เนื่องจากตลาดการเติมเงินมือถือเป็นตลาดที่ใหญ่มาก และผู้ประกอบการแต่ละรายไม่ว่าจะเป็น AIS DTAC หรือ TRUE ต่างก็มีเงินทุนสูงและมีความต้องการขยายธุรกิจเพื่อให้คุ้มกับเงินลงทุนสำหรับใบอนุญาตอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงมีการเสนอบริการในรูปแบบใหม่ๆ ที่คุ้มค่าเงินอยู่ตลอดเวลา ปัจจุบันนี้อาจจะส่งผลต่อความนิยมการให้บริการตู้เติมเงินซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงได้เช่นกัน การติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างใกล้ชิดจึงมีความจำเป็น ทั้งนี้เพื่อรักษาตลาดตู้เติมเงินให้เป็นที่ยอมรับและเติบโตอย่างต่อเนื่อง

#### 4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

##### 4.1 รายละเอียดทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 กลุ่มบริษัทมีทรัพย์สินถาวรหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

##### ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์

รายการ	ลักษณะกรรมสิทธิ์	มูลค่าตามบัญชี (ล้านบาท)	ภาระผูกพัน
1. สำนักงานใหญ่ 427/2 ถนนพระราม2 แขวงสามตำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร 10150  - ที่ดิน 13 ไร่ 2 งาน 87.2 ตารางวา โฉนดเลขที่ 4123 และ 4124	เจ้าของ	142.62	ค้ำประกันเงินกู้ยืม
2. สาขา (โรงงาน) 30/10-14 หมู่5 ถ.เลียบคลองสี่วาฬสวัสดิ์ ต.คอกกระบือ อ.เมืองสมุทรสาคร จ.สมุทรสาคร 74000  - ที่ดิน 6 ไร่ 80.6 ตารางวา โฉนดเลขที่ 56823, 60967, 64921 และ 66720	เจ้าของ	17.32	ค้ำประกันเงินกู้ยืม
- และส่วนปรับปรุงที่ดิน	เจ้าของ	11.19	ค้ำประกันเงินกู้ยืม
- อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	เจ้าของ	59.95	ค้ำประกันเงินกู้ยืม
- เครื่องใช้สำนักงาน	เจ้าของ	13.09	-
- เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องจักร (รถโฟล์คลิฟต์)	เจ้าของ	9.52	-
- เครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติ	เจ้าของ	35.63	-
- สินทรัพย์ระหว่างก่อสร้างและติดตั้ง	เจ้าของ	5.98	-
3. ยานพาหนะ	เจ้าของ	16.45	สัญญาเช่าการเงิน
รวม		311.75	

ณ 31 ธันวาคม 2559 กลุ่มบริษัทมีรถยนต์ที่ใช้ในการขนส่งสินค้าได้แก่รถยนต์ 4 ล้อ (ปิกอัพ) จำนวน 15 คัน รถขนส่ง 6 ล้อ จำนวน 3 คัน รถตู้ จำนวน 2 คัน และ รถจักรยานยนต์ จำนวน 1 คัน โดยทุกคันได้มีการทำประกันภัยในกรณีอุบัติเหตุไว้ทั้งหมด

กลุ่มบริษัทได้มีทำประกันภัยสำหรับอาคารสำนักงานและคลังสินค้ารวมถึงส่วนปรับปรุงอาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ และสินค้าคงเหลือทั้งในส่วนที่เก็บในคลังสินค้าสำนักงานใหญ่ และที่จัดเก็บในคลังสินค้าเช่า 1 แห่ง เป็นทุนประกันทั้งสิ้น 719 ล้านบาท

ณ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ประกอบด้วยค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่บริษัทใช้ในการดำเนินธุรกิจ ที่ติดตั้งแล้วและที่อยู่ระหว่างติดตั้ง รวมถึงค่าลิขสิทธิ์เพลงที่ใช้กับเครื่องเล่นคาราโอเกะ มูลค่าตามบัญชี 7.84 ล้านบาท

## 4.2 สัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ

ณ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทมีสัญญาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 4.2.1 สัญญาซื้อขายสินค้า

บริษัททำสัญญาซื้อขายสินค้ากับธุรกิจโมเดิร์นเทรด 8 ราย เพื่อวางจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า “AJ” ในห้างโมเดิร์นเทรดต่างๆ โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

คู่สัญญา : ผู้ประกอบธุรกิจโมเดิร์นเทรด  
อายุสัญญา : 1 ปี ต่อสัญญาโดยอัตโนมัติจนกว่าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะบอกเลิกสัญญา  
การบอกเลิกสัญญา : เมื่อฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดละเมิดสัญญา หรือบอกยกเลิกสัญญาล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน  
เครดิตเทอม : 60 วัน

#### รายละเอียดที่สำคัญ

1. สินค้าที่บริษัทวางจำหน่ายจะต้องเป็นสินค้าถูกกฎหมาย และปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ความปลอดภัยตามมาตรฐานอุตสาหกรรม เป็นต้น สินค้าต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์และมีบาร์โค้ดตามมาตรฐานที่กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด
2. ทางห้างมีสิทธิทำการคืนสินค้าได้หากสินค้าไม่อยู่ในสภาพสมบูรณ์ เป็นสินค้ารายการพิเศษที่สามารถคืนได้รวมถึงสินค้าที่หมดอายุ โดยบริษัทต้องไปรับคืนสินค้าจากสถานที่ที่ห้างกำหนดภายในเวลาที่กำหนด
3. ห้างโมเดิร์นเทรดจะชำระค่าสินค้าตามบิลส่งสินค้าในแต่ละงวดเดือนตามระยะเวลาการให้เครดิต ในกรณีที่เป็นการขายแบบมีเงื่อนไขจ่ายชำระค่าสินค้าเมื่อขายได้ จะชำระตามยอดขายที่เกิดขึ้นจริงโดยห้างจะสรุปรายงานยอดขายแต่ละรอบระยะเวลาให้กับบริษัท
4. บริษัทจะต้องจ่ายค่าสนับสนุนรายการส่งเสริมการขาย ค่าสนับสนุนการตลาด ส่วนลดประจำปี และ/หรือ ค่ากระจายสินค้าให้กับห้าง กรณีมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย บริษัทจะต้องเสนอรายการสินค้าและราคาเป็นลายลักษณ์อักษรให้กับทางห้างเพื่อพิจารณา
5. บริษัทต้องจัดให้มีสินค้าตัวอย่างที่มีคุณภาพและคุณสมบัติเช่นเดียวกับสินค้าที่ขายให้กับทางห้าง โดยไม่คิดมูลค่าหรือค่าตอบแทนใดๆ โดยกำหนดส่งคืนสินค้าตัวอย่างเป็นไปที่ตกลงกันในแต่ละคราว ซึ่งบริษัทจะต้องรับคืนสินค้าตามสภาพที่เป็นอยู่ ณ วันรับคืน
6. บริษัทต้องจัดให้มีพนักงานขายประจำสาขาของห้าง โดยบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากพนักงานขายของบริษัท

7. การเจรจาส่วนลดการค้าจะมีการต่อรองเจรจากันปีละครั้ง โดยขึ้นกับปริมาณที่ทางห้างจะสั่งซื้อ ตามที่มีการเจรจาตกลงเป้าหมายยอดขายร่วมกันในแต่ละปี ยกเว้นส่วนลดพิเศษ เช่น ส่วนลดสินค้าจัดรายการ รายการส่งเสริมการขายต่างๆ ซึ่งจะเจรจาเป็นครั้งคราว
8. บริษัทเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งและไปรับคืนสินค้า ในกรณีสินค้าส่งผิด หรือล่าช้ากว่ากำหนด ทางห้างโมเดิร์นเทรดสามารถเรียกค่าเสียหายได้ตามอัตราที่ตกลง

#### 4.2.2 สัญญาแต่งตั้งศูนย์บริการ

บริษัทได้ทำสัญญาแต่งตั้งผู้ให้บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องการเข้าร่วมเป็น ศูนย์บริการลูกค้าของกลุ่มบริษัท จำนวน 90 ราย โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

- คู่สัญญา : ผู้ให้บริการซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- อายุสัญญา : จนกว่าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดบอกยกเลิกสัญญา
- การบอกเลิกสัญญา : สัญญาจะถูกยกเลิกเมื่อ
1. เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดสัญญา
  2. คู่สัญญาถูกร้องเรียนโดยมีหลักฐานจากลูกค้าว่าหย่อนประสิทธิภาพในการซ่อม หรือให้บริการรวมถึงไม่ซื่อสัตย์ หรือมีพฤติกรรมเอาเปรียบลูกค้า
  3. บอกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า 90 วัน

#### รายละเอียดที่สำคัญ

1. ผู้ได้รับการแต่งตั้งเป็นศูนย์บริการมีหน้าที่ดำเนินการซ่อม ให้คำแนะนำและคำปรึกษาด้านเทคนิคให้กับ ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท โดยจะต้องจัดให้มีช่างที่มีความสามารถด้านเทคนิคประจำศูนย์บริการ จัดให้มีสถานที่เพื่อการซ่อมแซมสินค้าและสำรองอะไหล่ โดยจะต้องผ่านความเห็นชอบของบริษัท และจะต้องสำรองอะไหล่ตามจำนวนที่สมควร
2. ห้ามศูนย์บริการปฏิเสธลูกค้าไม่ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะอยู่ในเงื่อนไขการรับประกันหรือไม่ หรือจำหน่าย โดยผู้ใด และต้องใช้อะไหล่แท้ของกลุ่มบริษัทในการซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ เว้นแต่จะได้แจ้งและได้รับความยินยอมจากลูกค้าแล้ว ทั้งนี้ศูนย์บริการสามารถซื้ออะไหล่แท้โดยมีส่วนลดการค้าจากบริษัท ทั้งนี้ในการจำหน่ายอะไหล่แท้ให้กับลูกค้าจะต้องจำหน่ายในราคาที่เป็นที่บริษัทกำหนดเท่านั้น
3. ศูนย์บริการจะต้องรับประกันการตรวจและซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทที่ศูนย์บริการเป็นผู้ซ่อมเป็นระยะเวลา 3 เดือน ไม่ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะอยู่ในระยะเวลาประกันของบริษัทหรือไม่ และรับผิดชอบ ต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสินค้าของลูกค้าและบริษัทที่อยู่ในระหว่างการดูแลของศูนย์บริการ
4. ศูนย์บริการมีหน้าที่ส่งหลักฐานและเอกสารเกี่ยวกับการตรวจเช็คและซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการทุกเดือน เพื่อรับการชดเชยอะไหล่และค่าบริการจากบริษัทตามอัตราที่กำหนด
5. บริษัทมีสิทธิในการเข้าตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการของศูนย์บริการ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

#### 4.2.3 สัญญาบริการขนส่ง

บริษัทได้ว่าจ้างผู้ให้บริการขนส่ง 6 รายเพื่อทำหน้าที่ขนส่งสินค้าของกลุ่มบริษัทไปยังห้างร้านในต่างจังหวัด โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

คู่สัญญา : ผู้ให้บริการขนส่งสินค้า  
อัตราค่าขนส่ง : อัตราตามขนาดกล่องบรรจุสินค้าหรือตามประเภทสินค้า / อัตราเหมารายเที่ยว  
เครดิตเทอม : 30 วัน

##### รายละเอียดที่สำคัญ

1. บริษัทขนส่งคิดอัตราค่าขนส่งสินค้าใน 2 ลักษณะ คือ คิดอัตราตามขนาดกล่องบรรจุภัณฑ์และบวกเพิ่มตามประเภทสินค้าในกรณีที่เป็นสินค้าชิ้นใหญ่ เช่น โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า เป็นต้น ซึ่งต้องระมัดระวังในการขนส่งเพิ่มขึ้นโดยคิดอัตราตามระยะทางขนส่งและเพิ่มค่าขนส่งในกรณีพื้นที่ห่างไกลหรือนอกเขตอำเภอ หรือคิดอัตราค่าขนส่งแบบเหมา โดยอัตราค่าขนส่งขึ้นอยู่กับประเภทรถยนต์ขนส่ง ระยะทาง และราคาน้ำมัน หากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าขนส่ง ผู้รับจ้างจะแจ้งให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร
2. กรณีรับคืนสินค้าจากร้านค้า คิดอัตราค่าขนส่งเท่ากับการขนส่งสินค้า โดยบริษัทต้องไปรับสินค้าคืนจากผู้รับจ้างขนส่งภายในระยะเวลาที่กำหนด
3. ผู้รับจ้างรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายหรือเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งตามจริงแต่ไม่เกินอัตราสูงสุดที่ผู้รับจ้างกำหนดไว้ต่อกล่อง ยกเว้นกรณีที่ไม่ได้เกิดจากการขนส่ง เช่น สินค้าหมดอายุ สินค้าขาดบรรจุ หรือกล่องสินค้าฉีกขาดโดยไม่ได้เกิดจากการขนส่ง เป็นต้น ทั้งนี้ผู้รับจ้างจะไม่เปิดกล่องบรรจุภัณฑ์สินค้าโดยเด็ดขาด

#### 4.2.4 สัญญาว่าจ้างรถยนต์ขนส่ง

บริษัทว่าจ้างบุคคลธรรมดา 4 ราย เพื่อทำหน้าที่คนขับรถขนส่งสินค้าของกลุ่มบริษัท โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

คู่สัญญา : ผู้รับจ้างขนส่ง  
อายุสัญญา : 1 ปี  
การบอกเลิกสัญญา : เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดสัญญา

##### รายละเอียดที่สำคัญ

1. ผู้รับจ้างต้องได้รับอนุญาตตามกฎหมายขนส่งทางบก และมีประสบการณ์ ความชำนาญในการขนส่ง
2. ผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาขนส่งรวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมดในการขนส่ง อาทิเช่น ค่า น้ำมัน ค่าทางด่วน ค่าผ่านทาง เป็นต้น โดยผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบดูแลทรัพย์สินของบริษัทและวางเงินประกันความเสียหายจำนวน 10,000 บาท
3. ผู้รับจ้างคิดค่าจ้างในอัตราเที่ยวละ 1,000 บาท และคิดจุดที่ไปส่งสินค้าเพิ่มเติมจุดละ 100 บาท สำหรับพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

#### 4.2.5 สัญญาอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์

บริษัททำสัญญาขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์ในงานเพลงจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้มีสิทธิในงานเพลงจำนวน 5 ราย เพื่อใช้ร่วมกับเครื่องเล่นคาราโอเกะของกลุ่มบริษัท โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

- คู่สัญญา : บริษัทค่ายเพลงเจ้าของลิขสิทธิ์ และผู้มีสิทธิในงานเพลงลิขสิทธิ์
- รูปแบบลิขสิทธิ์ : ลิขสิทธิ์ในเนื้อร้อง ทำนอง และโสตทัศนวัตถุในรูปแบบ VCD Karaoke และ MIDI
- อายุสัญญา : 1 – 3 ปี หรือจนกว่าจะครบจำนวนสิทธิที่ได้รับ
- การบอกเลิกสัญญา : เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งละเมิดสัญญา หรือบอกเลิกสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า 30 วัน

##### รายละเอียดที่สำคัญ

1. บริษัทได้รับสิทธิในการบันทึกเพลงคาราโอเกะลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะภายใต้เครื่องหมายการค้า “AJ” โดยสามารถบันทึกเพลงที่ได้รับลิขสิทธิ์ลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะในการจำหน่ายครั้งแรกตามจำนวนเพลงที่ตกลงในสัญญา และได้รับสิทธิในการเพิ่มเติมเพลงตามที่ระบุในสัญญาให้กับลูกค้าหลังการขาย โดยผ่านระบบหรือสถานที่ที่กลุ่มบริษัทได้จัดเตรียมไว้
2. เครื่องเล่นคาราโอเกะที่จัดจำหน่ายเป็นไปเพื่อความบันเทิงในที่พักอาศัย (Home-use) ภายในประเทศไทยเท่านั้น และบริษัทจะต้องจัดให้มีระบบป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์เพลงที่ถูกบันทึกในเครื่องเล่นคาราโอเกะเพื่อป้องกันการทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
3. บริษัทจ่ายชำระค่าตอบแทนการใช้ลิขสิทธิ์สำหรับการบันทึกเพลงลงในเครื่องเล่นคาราโอเกะเพื่อจำหน่ายครั้งแรกให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในอัตราเหมาจ่ายตามจำนวนสิทธิ์หรือระยะเวลาในการใช้ลิขสิทธิ์ หรือในอัตราตามจำนวนสิทธิ์หรือจำนวนเครื่องคาราโอเกะที่จัดจำหน่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยจะต้องแจ้งจำนวนสิทธิ์ที่ใช้ไปหรือเครื่องคาราโอเกะที่จัดหาและจัดจำหน่ายให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ตามระยะเวลาที่กำหนด
4. สำหรับลิขสิทธิ์ในการเพิ่มเติมเพลง (Update) ให้กับลูกค้าภายหลังการขายนั้น บริษัทจะชำระค่าตอบแทนให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในลักษณะเหมาจ่าย หรือในอัตราตามจำนวนเพลงและจำนวนเครื่องเล่นที่ขออนุญาตทำซ้ำเพิ่มเติม

ทั้งนี้ในการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์เพลงนั้น แม้ว่าในสัญญาสิทธิ์จะระบุเงื่อนไขการใช้ลิขสิทธิ์ใน 2 ลักษณะ คือกำหนดจำนวนสิทธิ์ที่ได้รับในเวลาที่กำหนดหรือตามกำหนดระยะเวลาของสัญญา อย่างไรก็ตามบริษัทเลือกวิธีการตัดจำหน่ายค่าลิขสิทธิ์ตามระยะเวลาของสัญญา เนื่องจากบริษัทประเมินว่าจำนวนสิทธิ์ที่บริษัทได้รับจากเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นมีมากเพียงพอต่อจำนวนยอดขายเครื่องเล่นคาราโอเกะที่บริษัทคาดการณ์ไว้และคาดว่าจะครบกำหนดเวลาในสัญญาก่อนที่บริษัทจะใช้สิทธิ์ดังกล่าวจนครบจำนวน

#### 4.2.6 สัญญาเช่าคลังสินค้า

บริษัทเช่าคลังสินค้าในพื้นที่ใกล้เคียงกับสำนักงานใหญ่และคลังสินค้าของบริษัท โดยทำสัญญาเช่ากับนิติบุคคล ซึ่งมีใช้บริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มบริษัท โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

สถานที่ตั้ง	อัตราค่าเช่า/เดือน	ขนาดพื้นที่	ระยะเวลาเช่า
34 ตึกบี ถนนสามด้า แขวงสามด้า เขต บางขุนเทียน กรุงเทพฯ	97,200 บาท	1,620 ตร.ม.	3 ปี สิ้นสุด 31 มีนาคม 2561

ทั้งนี้ คลังสินค้าดังกล่าวถูกใช้เป็นคลังย่อยเพื่อเป็นวางพักสินค้า โดยที่ผ่านมามีบริษัทมีการต่อสัญญาเช่า  
คลังสินค้าดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

#### 4.2.7 สัญญาแต่งตั้งตัวแทน

บริษัททำสัญญาแต่งตั้งตัวแทนกับบริษัทแห่งหนึ่งภายใต้สัญญาดังกล่าว บริษัทผู้เป็นตัวแทนมีหน้าที่จัดหา  
สมาชิกและให้บริการแก่สมาชิกในการเข้าซื้อขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ที่บริษัททำสัญญาเป็นตัวแทนจัดหา  
สมาชิกและให้บริการแก่สมาชิก โดยบริษัทมีภาระผูกพันในการจ่ายค่านายหน้าตามที่ระบุในสัญญา สัญญา  
แต่งตั้งตัวแทนมีกำหนดระยะเวลา 12 เดือน

#### 4.2.8 สัญญาการให้บริการเชื่อมต่อระบบ

บริษัทย่อยทำสัญญาการให้บริการเชื่อมต่อระบบกับบริษัทแห่งหนึ่ง โดยผู้ให้บริการจะเป็นผู้เขียนโปรแกรม  
พัฒนาโปรแกรมบำรุงรักษาและแก้ไขโปรแกรมชุดคำสั่งหรือข้อความในรูปแบบการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่ง  
ที่ได้จัดทำขึ้น สำหรับใช้เป็นระบบปฏิบัติการในการให้บริการผู้เติมสบาย เพื่อให้สามารถ รองรับ ระบบการเติม  
เงินโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการชำระค่าสินค้าและบริการ สัญญาดังกล่าวมีกำหนดระยะเวลา 7 ปี เมื่อครบกำหนด  
สัญญาสามารถต่อระยะเวลาของสัญญาออกไปได้อีกคราวละ 5 ปี

#### 4.2.9 สัญญาเช่าพื้นที่และตัวแทน

บริษัทย่อยทำสัญญาเช่าพื้นที่หรือแต่งตั้งตัวแทนโดยมีรูปแบบการจ่ายผลตอบแทนแบบเหมารายเดือนหรือส่วนจ่ายแบ่ง  
รายได้ตามยอดการใช้งาน โดยสัญญาดังกล่าวมีกำหนดระยะเวลาระหว่าง 1 ถึง 3 ปี

### 4.3 เครื่องหมายการค้า

บริษัทได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า “AJ” กับกรมสำนักงานเครื่องหมายทางการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา



บริษัท เวนดี้ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (บริษัทย่อย) อยู่ระหว่างการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทาง  
ปัญญา





**5. ข้อพิพาททางกฎหมาย**

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และบริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่คาดว่าจะมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น